

Bruno Aveillan : "les marques de luxe ne pourront plus se contenter d'inscrire des slogans sur des pulls"

A NE PAS MANQUER

Publié le 09/09/2020



À la tête de sa maison d'édition et de production NOIR avec deux beaux livres en préparation, doté d'un Or lundi dernier pour son film Éternels, pour Le Puy Du fou à La Cigale (Prix du Brand Content), et dès aujourd'hui à Art Paris au Grand Palais où il expose son œuvre Complex Fluidity, Bruno Aveillan prend (quand même) le temps de livrer à INfluencia ses réflexions sur notre société en points d'interrogation. Rouge Passion.

INfluencia : nous vivons une époque "inédite" répètent à l'envi, les médias, Votre sentiment sur cette période…

Bruno Aveillan : je lisais pendant le confinement les billets acerbes et souvent brillants de **Nicolas Mathieu** sur son blog, Je me souviens notamment d'un texte intitulé « *Je rêve que ce virus soit le point de butée où trébuche notre civilisation du déni permanent* ». Malheureusement je ne pense pas que l'on assistera au bouleversement sociétal souhaité, tout au plus à une accélération de modes de pensée et d'existence déjà ancrés depuis plus d'une décennie. Les soi-disant « **nouveaux comportements**», tels le développement de **L'e-life**, le recentrage vers l'essentiel, la modification des modes de consommation, étaient déjà en gestation dans la plupart des populations urbaines occidentales.